

«Expo, Piacenza in rete ma si deve correre»

Bracco loda i castelli e l'eccezionale enogastronomia. «A luglio padiglione definito»

DAL NOSTRO INVIATO
PATRIZIA SOFFIENTINI

MILANO - L'Expo è di chi saprà prenderselo. E bisogna fare presto, si deve «correre» per rimontare gli enormi ritardi accumulati. Entro luglio le assi portanti del Padiglione Italia saranno definite. Piacenza è in rete, ma è chiaro che non c'è un minuto da perdere per farsi valere.

Ne ha parlato ieri a Milano Diana Bracco, presidente di Expo e commissario generale di sezione per il Padiglione Italia. Bracco era l'ospite d'onore di Caffexpò che da Piacenza è trasmigrato nel verde smagliante del Giardino Santa Caterina dell'Università Cattolica di Milano. L'imprenditrice risponde così alla domanda specifica sul ruolo che può giocare una piccola comunità quale è la nostra: vicina, ma forse non abbastanza a Milano: «L'obiettivo del Padiglione Italia è mettere in rete le bellezze del nostro Paese, anche Piacenza è in rete per Expo 2015. Con venti milioni di visitatori attesi, tanti nella vostra provincia potrebbero apprezzare i castelli e l'ec-

cezionale enogastronomia». Bracco si professa sostenitrice della nostra comunità, dove conta diversi amici e rassicura: «Arriveremo dappertutto con progetti e format adeguati, con le camere di commercio, le imprese, la forza dell'enogastronomia, del paesaggio». Anche a Piacenza, dunque. La visione è quella di espandere in modo concentrico i benefici del grande evento internazionale dedicato al cibo e all'energia, spingendone lontano la forza propulsiva: a Venezia, Genova, Roma, a Bari, alla Sicilia.

Nella chiacchierata informale, sollecitata dalle domande di Francesco Planchenstainer della scuola di dottorato AgriSystem, Diana Bracco racconta quello per cui si sta lavorando al Padiglione Italia, vale a dire l'espressione di uno stile di vita inimitabile qual è il nostro, esportato da grandi nomi come Ferrero («sta avendo un successo incredibile in Cina»), o Barilla che apre due ristoranti a New York. Ma le piccole e medie imprese di casa nostra, assalite dalla crisi, che cosa possono chiedere e dare all'Expo?

«Ci sono aziende meno note, non quotate, ma eccellenti nelle

loro nicchie di riferimento - rassicura Bracco - e ho sempre sofferto la definizione del Made in Italy che parli solo di food, di fashion e design e non parli di tecnologia, che per fortuna c'è, se no il Paese non reggerebbe». Dal suo «osservatorio privilegiato di Confindustria», la presidente nota che imprese piccole e medie si stanno internazionalizzando, ma avverte: «Non basta essere rappresentati su un mercato, bisogna radicarsi, chi fa lo sforzo cresce e porta avanti il nostro export». Expo permetterà di fare export da casa propria: «Abbiamo adesioni da 130 Paesi, vediamo se arriveranno anche gli Stati Uniti, che sono sempre gli ultimi, il nostro padiglione sarà un palazzo con un "cardo", due stecche che presentano le posizioni dei territori, entro giugno definiremo la proposta progettuale interna di Palazzo Italia. Noi siamo il Paese ospitante, lì arriveranno capi di Stato, ministri degli Esteri, è una missione-Paese e abbiamo come obiettivo di facilitare i contatti fra imprese italiane e altre nazioni». E poi in 184 giorni si alterneranno eventi scientifici, manifestazioni, la fase espositiva

ci sarà («ma non potrà essere una fiera»), e ci sarà «il modo di mangiare delle regioni». Se ne sta occupando Marco Balich, famoso per aver curato i più importanti eventi veneziani: «Vedremo cosa ci propone e come faremo coincidere ciò con le richieste delle imprese». E avanza di nuovo il sogno, il desiderio di veder portata all'onore del mondo la cultura e la biodiversità dei nostri territori, non solo pasta e pomodoro.

«Nel padiglione italiano portiamo le regioni - insiste Bracco - vediamo se aggregate su olio e pomodoro o se per spazi regionali, a tutte chiederemo un certo numero di cose, l'opera d'arte, la ricetta delle nonne, il grande ristorante o la grande specialità, la polenta o l'oliva, vogliamo riuscire a mettere in mostra percorsi offerti al visitatore che gli facciano venire voglia di andare in Toscana, in Sicilia, alla Biennale di Architettura e al Vinitaly». Non c'è limite al potenziale raggio d'azione di un turismo invogliato ad uscire da Milano. Sembra importante allora che la Regione stessa «venda» bene i suoi territori, senza dimenticarne nessuno, senza dimenticare Piacenza.

patrizia.soffientini@liberta.it



MILANO - Diana Bracco e, al suo fianco, Pier Sandro Cocconcilli. Sopra, l'intervista a Caffexpò, sulla destra, c'è Ettore Capri